Daniel BELLAHSEN
Marie GRANGER

Votre profil d'entrepreneur

Révélez vos talents d'entrepreneur !

Questionnaire rédigé par Marie Granger
et Daniel Bellahsen

**Collection « Votre profil de »
dirigée par Éric Faure-Geors**

© Groupe Eyrolles, 2011
ISBN : 978-2-212-54828-0

EYROLLES
Éditions d'Organisation

Le livre interactif : mode d'emploi

Ce livre a pour ambition de vous aider à devenir l'entrepreneur caché au fond de vous et qui ne demande qu'à réussir. Il ne s'agit pas, lorsque l'on prend sa vie en main, de se fondre dans des habits qui ne nous ressemblent pas, mais bien de réussir à trouver sa voie propre, sa manière de faire authentique, son style personnel. SI vous vous lancez dans l'aventure qui vous tente, c'est pour la réussir à votre manière, en fonction de votre profil, en vous appuyant sur vos points forts et en sachant palier vos faiblesses.

Ce qui nécessite de :

1. comprendre quel entrepreneur vous êtes ou pourriez devenir ;
2. trouver comment bien utiliser vos aptitudes ;
3. identifier à quel point d'autres abordent l'entrepreneuriat, et l'entreprise, différemment de vous ;
4. apprendre à vous entourer ou à vous associer de manière optimale.

Pour cela, il est indispensable d'établir votre « profil » avant de lire cet ouvrage grâce à votre questionnaire préliminaire, et toujours en partant de votre point de vue, qui est unique.

Ce livre va vous le démontrer : il n'y a pas une seule façon d'être entrepreneur. Il y a des manières différentes, qui ont chacune leurs avantages et leurs limites. Selon votre profil, vous identifierez quelles complémentarités vous devez rechercher pour « faire tourner » votre entreprise. Vous gagnerez ainsi en temps, en crédibilité et en efficacité.

Et si vous vous lancez dans l'aventure, vous avez déjà compris que vous ne réussirez pas tout seul dans votre coin, qu'il faudra peut-être

© Groupe Eyrolles

s'associer, embaucher, vous appuyer sur un réseau. Votre manière de vous entourer incarne un aspect stratégique décisif pour la réussite de votre projet. Pour trouver les complémentarités, les valoriser, donner à chacun un rôle qui lui correspond et lui convient, vous avez besoin de savoir quels profils sont complémentaires au vôtre. Les autres sont un atout pour gagner du temps et enclencher une dynamique de réussite.

Ce livre se lit comme un guide

C'est vous le chef ! C'est vous qui menez votre barque à l'intérieur de ce livre, en inventant votre parcours en fonction de votre profil.

Après l'introduction, lisez le premier chapitre qui vous indique comment lire et comprendre les caractéristiques de votre profil. Ensuite, allez directement au chapitre qui décrit votre profil d'entrepreneur. Il correspond à la couleur dans laquelle vous avez le plus de points. Si votre profil montre au moins 3 couleurs en quantité équivalentes, allez d'abord au chapitre 7, pour découvrir le profil multifacettes. Alimentez votre réflexion à la lumière des chapitres qui décrivent ce que vous n'êtes pas, identifiez vos manques et construisez votre stratégie pour vous améliorer.

Enfin, le chapitre 8 vous permet d'identifier vos points forts en fonction du type de projet et le chapitre 9 vous aide à identifier les complémentarités qui vous seraient profitables pour monter votre prochain projet.

Que mesure le questionnaire « profil d'entrepreneur » ?

Malgré les apparences, ce questionnaire *n'est pas* un test, c'est un inventaire. Il hiérarchise des priorités les unes par rapport aux autres. Le nombre de points est identique pour tous les profils. Il ne mesure pas des performances. Il situe des préférences. Autrement dit, votre profil ne va pas vous dire si vous êtes bon, moins bon, ou mauvais, il va vous montrer quel genre d'entrepreneur vous êtes, et comment en tirer le meilleur parti.

Votre profil prend la forme d'un camembert. Il établit quels aspects de la vie de l'entreprise vous intéressent le plus, lesquels vous avez tendance à traiter naturellement et lesquels vous demandent plus

© Groupe Eyrolles

d'efforts. Il vous montrera aussi les aspects que vous pourriez sous-estimer, parce que vous les jugez moins importants ou moins accessibles, et pourtant, par moment, ils pourraient être essentiels pour la survie de votre entreprise.

© Groupe Eyrolles